

DAFTAR PUSTAKA

- Adi T Nurzahra. 2017. Fenomena Perkembangan *Beauty Vlogger* pada Perilaku Konsumtif Remaja Studi Kasus Perempuan Remaja Kota Jakarta. JAB Vol 60 No 2 Mei 2017.
- Alexander, Triharyanti N. 2018. Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. Jurnal Eksekutif Vol 15 No 1.
- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi. Salemba Empat. Jakarta.
- Azka F Ananda. The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger On Youtube Towards Purchase Intention By Under Graduated Students In Indonesia. ISSN : 2528-617x.
- Buchari Alma 2014. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Brown, Danny & Fiorella, Sam. 2013. *Influence Marketing – How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*, Que Publishing.
- Brown Duncan & Hayes, Nick. 2008. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd.
- David dan Philip Young. 2009. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*.
- Deasy Wulan. 2017. Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap *Source Characteristics* Serta Dampaknya Terhadap *Purchase Intention*. Jurnal administrasi dan bisnis Vol 47 No1. Juni 2017.
- Fauz N Faadhilah. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Beauty Vlogger* sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 7 No 1.
- Grenny Joseph, Patterson Kerry, Maxfield David, McMillan Ron, Switzler AL. 2013. *Influencer*. Dunamis Publishing.
- Ginsan Sarashadi. 2018. Pengaruh Penggunaan *Vlogger Endorser* pada Iklan dalam Membentuk Niat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 18 No 1.
- Glucksman Morgan. The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle. Branding : A Case Study of Lucie Fink. Elon Journal of Undergraduate Vol. 8 No. 2. Fall 2017.

- Have ten C.E. 2017. *Beauty Vloggers and Their Influence On Consumer Buying Intentions. The Case Of Netherland*. Journal of Business Research 0981;2017.
- Hendra Saputra. 2010. Pengaruh Penggunaan *Marketing Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's. Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol 2 No 3.
- Indah Mahmudah S. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1 No3.
- Irma Kurniasari. 2017. Pengaruh *Country Image* Dan *Beauty Vlogger Review* Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea pada Situs Althea.kr. Jurnal bisnis & manajemen Vo 16 No1 2017.
- Kertamukti, R (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip, Gery Armstrong. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2016. *Principles Of Marketing. Global Edition, Person Education*. Harlow.
- Lee Jung Eun. 2016. Youtube Vloggers Influence On Consumer Luxury Brand Preception and Intention. Journal of Business Research Vol 69, Issue 12, December 2016.
- Mentari K Labiro. 2107. Pengaruh Citra Merek Harga Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian. Jurnal bisnis manajemen Vol 6 No 2 2017.
- Mitha Febriana. 2018. Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 58 No 1.
- Mulyadi, Nitisusastro. 2013. Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan. Alfabeta Bandung.
- Nina Y Sari. 2017. Pengaruh *Beauty Vlogger* sebagai *Cellebrity Endorser* Terhadap Niat Beli Dengan Asosiasi merek sebagai *intervening variable*. Jurnal administrasi bisnis Vol 32 No 1 2017.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Parengkuan. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Head and Shoulders. Jurnal Emba Vol 2 No 3.

Rania F Razani. 2017. Pengaruh Presepsi Pada *Electronic Word Of Mouth* Melalui *Beauty Vlogger* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal bisnis manajemen Vol 1No 3 2017.

Rima D Anggraeni. 2018. Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Makeup Brand Lokal. JAB Vol 1. 60 No 1.

Safko, Lon. 2012. *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sertoglu. Ayseglu Ermeç, et al. 2014. *Examining The Effect Of Endorser Credibility On The Consumers Buying Intention: An empirical Study in Turkey. International Review Of Management and Marketing*. Vol 4 No 1 2014.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabet Bandung.

Suryanah Achmad. *The Effect Of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention*. e – ISSN: 2597-971X dan p – ISSN: 2597-9728.

Sofjan Assauri. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta Rajawali Pers.

Wina Antonia. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Dan *Electronic Word Of Mouth* Melalui *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian. JAB Vol 40. No 1. Juni 2018.

Yaumul Rahmi. 2017. *The Influence Of Beauty Vlog On Perceived Source Credibility and Purchase Intention*. e-ISSN 2406-9183. Journal Hubs-Asia 2017.

Zakiya Sabdosih. 2017. Pengaruh Variabel *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek L'oreal. Jurnal bisnis manajemen 2017.

<http://www.loreal.com>

<http://marketeers.com/beauty-vlogger-dan-pengaruhnya->

<http://www.YouTube.com>